



**University of  
Zurich<sup>UZH</sup>**

**Zurich Open Repository and  
Archive**

University of Zurich  
University Library  
Strickhofstrasse 39  
CH-8057 Zurich  
[www.zora.uzh.ch](http://www.zora.uzh.ch)

---

Year: 2011

---

## **Was sollen wir schenken?**

Dietl, Helmut

Posted at the Zurich Open Repository and Archive, University of Zurich  
ZORA URL: <https://doi.org/10.5167/uzh-63432>  
Scientific Publication in Electronic Form  
Published Version

Originally published at:  
Dietl, Helmut (2011). Was sollen wir schenken? cash.ch: cash zweiplus ag.

## **Was sollen wir schenken?**

Wissenschaftliche Untersuchungen zeigen, dass wir Güter, die andere für uns kaufen, um durchschnittlich 20 Prozent geringer wertschätzen als diejenigen Güter, die wir uns selbst kaufen. So gesehen besteht die Gefahr, dass wir an Weihnachten durch unsere Geschenke erhebliche Werte vernichten. Wie lässt sich dieses Problem lösen?

Zunächst gilt es zu berücksichtigen, dass der Umfang der Wertvernichtung davon abhängt, wie gut bzw. schlecht wir die Beschenkten kennen. Grundsätzlich gilt: Je weniger wir die Beschenkten kennen, desto grösser ist die Gefahr, dass wir etwas schenken, das den Beschenkten nicht gefällt. In diesem Fall wäre es besser, wenn wir anstatt des Geschenkes einen Geschenkgutschein oder Geld schenken. Die Beschenkten können sich dann das kaufen, was ihnen eine Freude macht, anstatt sich über die Geschenke ärgern zu müssen, von denen wir glaubten, dass sie ihnen gefallen.

Aber auch bei Geschenkgutscheinen kommt es aus Sicht der Beschenkten zu einem Wertverlust. Erfahrungsgemäss werden nicht mehr als 90 Prozent der Gutscheine eingelöst, bevor sie verfallen. Dem hierdurch entstehenden Wertverlust auf Seiten der Beschenkten steht ein entsprechender Wertzuwachs bei denjenigen Unternehmen gegenüber, die den Gutschein ausgestellt haben. Da dies in der Regel weder im Interesse des Beschenkten noch des Schenkenden ist, wäre es sinnvoll, wenn die Erträge aus nicht eingelösten Gutscheinen wohltätigen Zwecken zugeführt werden. Ein Unternehmen, das dies garantiert, hätte sogar einen Wettbewerbsvorteil gegenüber seinen Konkurrenten, da es viel mehr Gutscheine verkaufen würde.

Mit jedem Geschenk kommunizieren wir aber auch wichtige Informationen über unsere Beziehung zu den Beschenkten. Ein Geschenkgutschein oder Geldgeschenk signalisiert also nicht nur, dass wir es den Beschenkten überlassen wollen, was sie sich kaufen. Wir signalisieren damit zwangsläufig auch, dass wir die Beschenkten nicht so gut kennen bzw. uns nicht die Mühe machen wollen, herauszufinden, was ihnen wirklich gefällt.

Menschen, die wir gut kennen und denen wir nahe stehen, sollten wir durch unser Geschenk signalisieren, dass wir keine Zeit und Mühe gescheut haben, ein geeignetes Geschenk zu finden. Da wir dies aber auch dadurch signalisieren könnten, indem wir ihnen sagen, welches Geschenk wir gefunden haben, ihnen dann aber sicherheitshalber doch einen Gutschein schenken, reicht es nicht aus, dass wir etwas schenken, das dem Beschenkten wirklich gefällt.

Vielmehr sollten wir versuchen, ein Geschenk zu finden, das einen zusätzlichen, auf der Beziehung zum Schenkenden beruhenden Wert für den Beschenkten hat. Deshalb messen wir immateriellen Geschenken, wie beispielweise einem selbstverfassten Gedicht, einem selbst zubereiteten Candle Light Dinner, einem gemeinsamen Urlaub sowie allen Geschenken, mit denen die Schenkenden dem Beschenkten auch einen Teil ihrer Zeit schenken, eine besondere Bedeutung bei.

Eigene Regeln gelten schliesslich für das Beschenken von Kindern. Je kleiner sie sind, desto weniger sind ihre Präferenzen ausgeprägt. Deshalb macht es wenig Sinn, ihnen Geld oder Gutscheine zu schenken, damit sie sich hiervon das kaufen, was ihnen am besten gefällt. Durch eine intelligente Geschenkauswahl kann der Schenkende dem Kind neue Präferenzen

erschliessen, die das Kind vorher noch gar nicht kannte. Je älter die Kinder sind, desto ausgereifter werden ihre Präferenzen und desto mehr werden sie sich über Geldgeschenke und Geschenkgutscheine freuen. Aber auch für Kinder gilt: das grösste Geschenk, das man ihnen machen kann, sind Zeit und Aufmerksamkeit.